Langue française et NTIC : faut-il compléter la loi Toubon ?

Alain Hazan

Avocat à la Cour
HMV Avocats

L'examen de la proposition de loi "Marini" visant à aménager la loi n° 94-665 du 4 août 1994, dite "loi Toubon" relative à l'emploi de la langue française, offre l'occasion de faire un premier bilan de celle-ci. Son application aux nouvelles technologies, et notamment à l'internet, provoque un débat, tout comme l'opposition constante entre la Commission européenne et la France sur les questions de la conciliation de la libre circulation des marchandises au sein de l'Union et de l'emploi de la langue française comme langue d'information des consommateurs. Face à ces problèmes, quelles réponses sont apportées par la proposition de loi, et sont-elles satisfaisantes ? La proposition intègre-t-elle par ailleurs les évolutions de l'univers numérique, et ose-t-elle apporter des solutions à certaines problématiques maintes fois identifiées ?

APRÈS UNE ADOPTION VIVEMENT DÉCRIÉE et parfois raillée (1), la loi n° 94-665 du 4 août 1994 dite "Loi Toubon" relative à l'emploi de la langue française (2) célèbre une décennie d'existence et fait l'objet d'un projet de toilettage, à l'occasion de l'examen d'une proposition de loi présentée au Sénat (3). Les débats qui se sont tenus au cours de l'automne 2005 (4) ont permis de dresser un bilan de la loi Toubon, parvenue « *à asseoir son ancrage dans l'opinion et dans notre jurisprudence* » et à devenir un « *texte de référence* (...) *qui fait autorité* » (5). La proposition de loi est plutôt brève. Au fil de ses neuf articles, elle se contente de porter sur certains secteurs ciblés : internet, les enseignes et les transports, le droit des sociétés et surtout, le droit du travail. Ces nouveaux aménagements, s'ils ne sont pas d'une nécessité criante, sont tous placés sous la préoccupation maintes fois répétée d'assurer l'information et la protection du consommateur. Nous nous contenterons d'évoquer ici le projet de réforme de la loi du 4 août 1994 au regard des nouvelles technologies. Depuis dix ans, la question de l'application de la loi Toubon à l'ère du numérique s'est plusieurs fois posée. Elle ne semble pourtant pas appeler un besoin impérieux de légiférer. C'est le constat que fait le rapporteur de la proposition qui salue les vertus du texte d'origine et suggère d'apporter, sur cette question, de discrètes retouches.

I. UNE LOI DE RÉFÉRENCE

L'époque des vives critiques sur le principe ou les dispositions de la loi Toubon semble bien révolue. Le constat dressé à la suite de dix années d'application est double : la loi Toubon est aujourd'hui appréciée et efficacement appliquée ; elle ne suscite pas, compte tenu de sa généralité, de grandes difficultés d'application aux nouvelles technologies.

A. Une loi comprise et acceptée

Comme pour contrebalancer les attaques dont la loi Toubon avait l'objet depuis son adoption, le rapporteur de la proposition de loi insiste particulièrement sur le caractère emblématique du texte et sa légitimité. Il rappelle que « *plus personne en France ne conteste ni le principe ni les dispositions de la loi Toubon* ». Il est vrai que le texte n'est plus présenté comme l'instrument d'une sauvegarde de la langue française, que beaucoup avait vu comme une mesure de protectionnisme, mais bien comme un moyen de protéger le consommateur en lui assurant une bonne information. C'est d'ailleurs ce que traduit l'article 1er de la loi qui retient le principe que le français est « *la langue de l'enseignement, du travail, des échanges et des services publics* ».

Adoptée dans le droit fil de la loi du 31 août 1975 (6), la loi du 4 août 1994 est aujourd'hui vue comme un élément fondamen-

1. Cf. notamment *Sky M. Allgood ! : Parlons français avec Monsieur Toubon* de J.-L. Chiflet, éditions Mille et une nuits, 1997.
2. *JO* du 5 août 1994, p. 11392.
3. Proposition de loi n° 59 (2004-2005) de M. le Sénateur Philippe Marini, complétant la loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française. Adoptée en première lecture par le Sénat le 10 novembre 2005.
4. Rapport n° 27 (2005-2006) de M. le Sénateur Jacques Legendre, au nom de la commission des affaires culturelles, déposé le 19 octobre 2005.
5. Rapport de M. Legendre, *ibid.*
6. dite "Bas-Lauriol"

tal de notre paysage législatif. C'est sans doute parce qu'elle a su se cantonner à imposer l'emploi de la langue française à certains secteurs. La loi Toubon n'est d'ailleurs plus vue comme une singularité française, sans cohérence avec le monde de la globalisation des échanges. Le rapport en profite pour souligner que d'autres pays ont adopté une démarche similaire. Ainsi, le Québec (dont la charte de la langue française existe depuis longtemps et est constamment complétée), la Lettonie, l'Estonie, la Lituanie, la Pologne, la Hongrie…

En France, la législation sur l'emploi de la langue française semble largement comprise. Des études d'opinion, conduites à plusieurs années d'intervalle, ont montré que les consommateurs appréciaient globalement les mesures mises en place. Dès 1994, 93 % des personnes interrogées approuvaient les mesures imposant l'utilisation de la langue française pour les modes d'emploi et les garanties et 83 % pour les publicités (7). Des pourcentages voisins se retrouvent dans un autre sondage réalisé en 2000 à propos de l'utilisation de la langue française dans l'étiquetage et les modes d'emploi des produits destinés à la consommation (8). L'opinion publique reconnaît donc à cette loi sa légitimité, et les associations de consommateurs lui prêtent un intérêt tout particulier, prenant conscience de la nécessité d'assurer une bonne information en français du consommateur, aussi bien du point de vue de l'étiquetage que du mode d'emploi des produits. Cette appréciation traduit le juste équilibre entre les différents intérêts. La loi aménage en effet une faculté assez large de présentation conjointe de traduction, de sorte que, comme le souligne M. Jacques Legendre dans son rapport, « *les prescriptions de la loi sont proportionnées à leurs objectifs de protection des consommateurs, d'information du public ou de défense des salariés* ».

Approuvée par les consommateurs, la loi semble aussi acceptée par les professionnels. Les contrôles menés régulièrement par la Direction Générale de la Concurrence permettent en effet de conclure que la majorité des professionnels ont une bonne connaissance de la législation relative à l'emploi de la langue française et des obligations qu'elle leur impose. Les manquements sont plutôt rares et de faible gravité. En revanche, le respect des dispositions légales est moins systématique dans le domaine de l'informatique et des nouvelles technologies (9). Dans le secteur de la publicité, l'emploi de la langue française demeure le premier motif d'intervention du BVP, qui le qualifie de « *secteur sous haute surveillance* » (10). Les demandes de modifications portent aussi bien sur l'usage de termes en anglais, que sur les conditions de lisibilité de la traduction française (taille et emplacement des caractères, durée d'exposition à l'écran…).

De son côté, le CSA, qui s'est vu confier par l'article 3-1 de la loi du 30 septembre 1986 une mission de veiller « *à la défense et à l'illustration de la langue et de la culture française* », exerce une vigilance renforcée sur le respect des dispositions de la loi Toubon. Il a émis, le 18 janvier 2005, une recommandation relative à l'emploi de la langue française par voie audiovisuelle (11).

B. Un large champ d'application

L'article 2 de la loi marque la volonté de faire du français la langue des échanges, dans le souci de toujours mieux informer le consommateur, en en imposant l'usage « *dans la désignation, l'offre, la présentation, le mode d'emploi ou d'utilisation, la description de l'étendue et des conditions d'un bien, d'un produit, ou d'un service, ainsi que dans les factures et quittances* ». Le texte précise que « *les mêmes dispositions s'appliquent à toute publicité écrite, parlée ou audiovisuelle* ».

La généralité de ces dispositions a permis d'en étendre l'application à plusieurs supports ou utilisations. Déjà, la circulaire d'application du 19 mars 1996 (12) précise que l'obligation d'emploi de la langue française contenue dans l'article 2 de la loi s'impose « *à tous les documents destinés à informer le consommateur ou l'utilisateur* » et en donne une liste non exhaustive. Elle n'a pas ignoré le monde numérique puisqu'elle prévoit que « *les modes d'utilisation intégrés dans les logiciels d'ordinateur et de jeux vidéo et comportant des affichages sur écran ou des annonces sonores sont assimilés à des modes d'emploi. En conséquence, les modes d'utilisation des logiciels d'application et des logiciels d'exploitation doivent être établis en français, qu'ils soient sur papier ou intégrés dans le logiciel* ».

De son côté, la jurisprudence a très vite reconnu ce caractère général (13). Les tribunaux ont considéré que ces dispositions s'appliquaient à l'ensemble des informations relatives à un bien, un produit ou un service, quel que soit le support matériel ou électronique sur lequel celles-ci figurent. Il en va ainsi des supports de l'offre de vente (tel qu'un écran), des informations qui accompagnent matériellement le produit ou le service envoyé, des publicités commerciales assujetties à l'emploi de la langue française indépendamment du support utilisé pour assurer leur diffusion (14). Il a par exemple été jugé que la mise à disposition du mode d'emploi de logiciels en anglais et non en français par un détaillant de matériel informatique engageait la responsabilité de ce dernier (15) et pouvait justifier la résolution judiciaire de la vente et la restitution des logiciels livrés (16). L'obligation est étendue : une traduction résumée n'est pas suffisante (17). On s'est également interrogé sur l'application de la loi aux contrats d'adhésion, qui pourraient être assimilés à des documents destinés à informer l'utilisateur (18).

---

7. Enquête SOFRES, citée par M.-H. Dumeste, « Langue Française et protection du consommateur dans le commerce électronique », *Rev. Conc. Consom.* 1998, n° 101, p. 44.

8. Enquête SOFRES réalisée à la demande de Force Ouvrière Consommateurs, citée dans le rapport de M. Legendre.

9. En 2004, la DGDDRF a mené une enquête sur l'application de l'article 2 de la loi Toubon dans le domaine des matériels et des logiciels informatiques. Ces contrôles, réalisés dans 141 points de vente localisés dans 16 départements, ont donné lieu à 22 rappels de réglementation et à 6 procédures contentieuses. Le taux de manquement dans ce domaine est très supérieur à la moyenne. En revanche, les contrôles effectués sur internet n'ont donné lieu sur la même période qu'à deux procès-verbaux (sur 1221 contrôles).

10. *Cf.* Rapport annuel 2004 du BVP.

11. *JO* du 27 avril 2005.

12. *JO* n° 68 du 20 mars 1996, page 4258.

13. Tribunal de police de Paris, 11 janvier 1996 (*BID*, 1997, n° 1 p. 26) : « *l'article 2 de la loi du 4 août 1994 est extrêmement large dans sa définition et ne fait aucune distinction selon les critères invoqués par la prévenue mais s'applique au contraire à tous les stades de la commercialisation* » ; CA Montpellier, 27 mai 1999 (inédit) : « *la loi du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française concerne tous les biens, produits ou services, destinés ou non à des spécialistes, et qu'elle s'applique à tous les stades de la diffusion* ».

14. Voir « La loi Toubon confrontée aux technologies de l'information » de Marie-Laure De Cordovez et Sabine Lipovetsky, *CCE* juin 2002 p. 19.

15. CA Paris, 27 janvier 1997, *RJDA* 12/97, n° 1576.

16. CA Besançon, 2e ch. Civ., 15 janvier 1997, n° 1359/95, Santini c/ Sodeco.

17. Tribunal de police de Paris, 11 janvier 1996 (*BID* 1997, n° 1, p. 26) : des notices accompagnant des composants électroniques.

18. « La loi Toubon confrontée aux technologies de l'information », (précité).

Quant à l'application de la loi à internet, elle ne fait pas de doute en doctrine. Elle n'a pourtant jamais été clairement affirmée par la jurisprudence (19). Enfin, malgré les réserves de la circulaire du 19 mars 1996, qui exclut du champ d'application de la loi Toubon « *les factures et autres documents échangés entre professionnels, personnes de droit privé françaises et étrangères qui ne sont pas des consommateurs* », la jurisprudence retient que la loi a vocation à s'appliquer aussi bien aux consommateurs, qu'aux professionnels et aux spécialistes (20). La circulaire de 1996 et les décisions de jurisprudence semblent donc avoir comblé les vides que le développement des nouvelles technologies pouvait avoir laissés. Néanmoins, la proposition Marini ouvre le débat sur quelques discrets aménagements.

II. DES RETOUCHES DISCRÈTES

On peut s'interroger sur la nécessité d'aménager les dispositions de la loi. Le rapport parlementaire évoque une importante question – qui a donné lieu à un rappel à l'ordre de la France par la Commission européenne – et qui pourrait trouver à propos de la matière numérique une résonance, mais pour l'écarter du champ de la réforme. Pour le surplus, le Sénat fait le constat que les aménagements nécessaires à apporter sont bien mineurs, voire inexistants.

A. La question de la libre circulation des marchandises

La modification de la loi du 4 août 1994 pourrait être l'occasion de mettre un terme à une opposition existant entre la Commission Européenne et la France sur les questions de la conciliation de la libre circulation des marchandises au sein de l'Union et de l'emploi de la langue française comme langue de l'information des consommateurs.

Rappelons que par plusieurs arrêts relatifs à la compatibilité des réglementations linguistiques propres à certains pays avec le droit communautaire sur l'étiquetage, la présentation et la publicité des denrées alimentaires, la Cour de justice des Communautés européennes avait rappelé qu'une réglementation nationale ne peut pas imposer l'utilisation exclusive d'une langue pour l'étiquetage des denrées alimentaires (21). Ces arrêts précisent qu'en application du principe de proportionnalité, il doit être permis de recourir à « *des moyens alternatifs assurant l'information des consommateurs, tels que des dessins, des symboles ou des pictogrammes* ». Cette obligation doit être limitée aux mentions auxquelles l'État membre attribue un caractère obligatoire et pour lesquelles l'emploi d'autres moyens que leur traduction ne permet pas d'assurer une information appropriée des consommateurs. En juin 2000, la France a été mise en demeure par la Commission de se mettre en conformité avec cette jurisprudence. Une circulaire du 20 septembre 2001 (22) est alors venue préciser que les dispositions de l'article 2 de la loi de 1994 ne faisaient pas obstacle à la possibilité d'utiliser d'autres moyens d'information du consommateur pouvant être accompagnés de mentions en langue étrangère non traduites. Or, par un arrêt du 30 juillet 2003 (23), le Conseil d'État a annulé en partie cette circulaire, ce qui a donné lieu à une nouvelle mise en demeure de la Commission européenne.

En l'état, c'est une instruction aux services de la DGCCRF (24) qui recommande de suspendre l'application de l'article 2 de la loi dans les seuls cas où il contreviendrait aux directives communautaires. Le projet de loi présenté au Sénat n'envisage pas de prendre en considération la jurisprudence européenne, le rapporteur du projet semblant préférer laisser la question en suspens.

La difficulté soulevée à l'occasion de l'étiquetage des denrées alimentaires et le recours à des moyens alternatifs d'information du consommateur par des dessins, des symboles ou des pictogrammes pourraient trouver une résonance dans le domaine des nouvelles technologies de l'information. Qu'il s'agisse des modes d'emploi des logiciels informatiques ou des messages d'erreurs, on peut imaginer le recours à de tels moyens alternatifs, pour répondre aux exigences de traduction de la loi.

B. La proposition Marini et l'univers numérique

L'un des objectifs posés par la proposition de loi "Marini" est d'intégrer les évolutions de l'univers numérique tout en préservant l'équilibre que la loi de 1994 a su trouver.

1. Le commerce électronique

Le développement spectaculaire du commerce électronique en fait un domaine de prédilection pour le respect de la langue française. Déjà en 1998, dans son rapport "Internet et les réseaux numériques" (25), le Conseil d'État avait recensé les difficultés que pouvait susciter l'application à l'internet de la loi Toubon, en soulignant qu'elle recouvrait un champ d'application trop large, s'étendant en théorie à tous les sites étrangers, ce qui peut conduire à des violations systématiques par ces sites pourtant accessibles du territoire national. Le Conseil d'État avait déjà envisagé une application de la loi limitée aux seuls messages des services en ligne, expressément destinés aux consommateurs français et non pas à tous les sites étrangers accessibles sur le territoire national.

Transposant la directive 2000/31/CE du 8 juin 2000 sur le commerce électronique, la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique a retenu le critère du lieu d'établissement, de sorte qu'il existe une obligation d'employer le français dans l'exercice de son activité de commerce électronique à toute personne établie en France, c'est-à-dire, d'après l'article 14 de la LCEN, à toute personne installée en France d'une manière durable et stable pour exercer effectivement son activité, ainsi qu'à toute personne morale dont le siège social est implanté en France. Mais l'obligation s'étend même aux cyber-commerçants établis en dehors du territoire français, dans leurs rapports avec des consommateurs français. L'article 17

19. Voir toutefois Tribunal de police de Paris, 9 juin 1997, "Association Avenir de la langue française c/ Georgia Tech Lorraine" (*Computer and Telecoms law review*, 1998/2, p. 48 ; *Les Petites Affiches*, 6 octobre 1997, n° 120, p. 11), statuant sur la recevabilité de l'action d'une association de défense de la langue française ; par analogie, Rennes, 31 mars 2000, *Comm., Com. Electr.* Juin 2000, p. 24, qui retient qu'un site internet est susceptible de constituer un support publicitaire.

20. Montpellier, 27 mai 1999 ; T. Pol. Paris, 11 janvier 1996, *BID* 1997, n° 1, p. 26 ; T. Pol. Villejuif, 7 avril 1997, inédit (cité par M.-L. de Cordovez et S. Lipovetsky).

21. CJCE, 18 juin 1991, "Piagème", Aff. C-369/89, *recueil de jurisp.* 1991, p. I-02971 ; 12 octobre 1995, "Piagème II", Aff. C-85/94, *recueil de jurisp.* 1995, p. I-02955 ; 14 juillet 1998, "Goerres", Aff. C-385/96 ; 3 juin 1999, "Colim", Aff. C-33/97 ; 12 septembre 2000, "Geffroy", Aff. C-366/98.

22. Circulaire du 20 septembre 2001 du ministre de la Culture et de la Communication, du secrétaire d'État au budget et secrétaire d'État aux PME.

23. Conseil d'État, 6e et 4e sous-sections réunies, 30 juillet 2003, n° 245076, *Recueil Lebon*.

24. 21 février 2005, *BOCCRF* 2005-2004.

25. La Documentation Française, 1998.

de loi du 21 juin 2004 précise en effet que la compétence de principe de la loi du pays d'établissement ne peut pas avoir pour effet « *de priver un consommateur ayant sa résidence habituelle sur le territoire national de la protection que lui assurent les dispositions impératives de la loi française relatives aux obligations contractuelles, conformément aux engagements internationaux souscrits par la France* ». Or, la loi Toubon est un texte d'ordre public (26), qui devrait donc faire échec à la règle de la loi du lieu d'établissement. Le rapport Legendre évoque les situations paradoxales que peut créer cette solution, en particulier lorsqu'un consommateur français se connecte, sans sollicitation, sur un site étranger, mais invite, au nom de la stabilité de la loi, à remanier la circulaire d'application, plutôt que de modifier le texte.

2. La publicité par voie électronique

La loi de 1994 vise « *toute publicité écrite, parlée ou audiovisuelle* ». On considérait traditionnellement que la notion de publicité audiovisuelle recouvrait toute forme de publicité empruntant les réseaux électroniques. La nouvelle architecture du droit des médias mise en place par la loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique appelle à réviser cette interprétation. La notion de "communication au public par voie électronique" se subdivise aujourd'hui en "communication audiovisuelle" (régie par les dispositions de la loi n° 86-1667 du 30 septembre 1986) et "communication au public en ligne" (régie par la LCEN). Cette nouvelle division du droit des médias invite le législateur à compéter la loi Toubon et à étendre les dispositions de son article 2 à la publicité « *par voie électronique* ».

3. Les matériels et logiciels informatiques

La circulaire du 19 mars 1996 précisait déjà que le mode d'emploi des logiciels d'application et d'exploitation devait être rédigé en français et que cette obligation devait s'appliquer à l'ensemble des messages, « *y compris les messages d'erreur qui sont délivrés par voie électronique et qui apportent à l'utilisateur une information de nature à l'aider dans l'utilisation de son ordinateur et des logiciels qui y sont installés* ». Le Sénateur Legendre n'estime pas nécessaire d'intégrer ces solutions au nouveau texte, en particulier en ce qui concerne les "messages d'erreur système" qui alertent sur un dysfonctionnement grave du cœur de l'ordinateur, et dont la traduction n'apparaît pas forcément nécessaire. Une telle traduction semble du reste poser d'importants problèmes techniques et serait en outre inutile, puisque ces messages ne s'adressent pas aux utilisateurs finaux mais aux professionnels de l'informatique, pour les guider dans la restauration du système. Le législateur estime que ces professionnels sont censés connaître la langue anglaise – langue de l'informatique – et n'ont pas besoin des dispositions protectrices de la loi…

MOTS-CLÉS

Loi Toubon, publicité, internet, protection des consommateurs, libre circulation des marchandises

4. Les messages d'erreur adressés par courrier électronique

Une réponse ministérielle (27) avait déjà abordé la question des messages d'erreurs adressés par courrier électronique. Le ministre de la Culture et de la Communication avait posé le principe selon lequel l'emploi du français s'imposait dans tous les messages délivrés à un internaute dans le cadre de l'utilisation d'un service de messagerie électronique. Il considérait que le « *message, délivré par voie électronique, apporte à l'internaute une information de nature à l'aider dans son utilisation du service fourni* ». La réponse, un peu brève, soulève le voile sur les difficultés que pose cette question. La commission des affaires culturelles du Sénat tente d'en mesurer les contours, notamment dans le cadre des communications entre serveurs distants : doit-on imposer au serveur client français l'obligation de traduire les messages des serveurs distants qu'il transmet ? La position de l'Association des fournisseurs d'accès et de services internet est de relever l'impossibilité pratique de procéder à une traduction de messages provenant de serveurs et de destinataires situés hors de France.

Outre la difficulté technique, imposer au client d'un serveur français l'obligation de traduire les messages des serveurs distants qu'il transmet poserait des difficultés juridiques. En effet, le message constitue une correspondance privée. Or, l'article 226-15 du Code pénal, qui réprime notamment le fait d'ouvrir, de supprimer, de retarder ou de détourner des correspondances privées, aurait vocation à s'appliquer si le fournisseur d'accès devait traduire ou modifier le contenu de ces messages. Compte tenu de ces considérations, la commission des affaires culturelles invite, là aussi, à l'adoption de dispositions concrètes qui fixeraient un cadre juridique réaliste à l'emploi de la langue française dans le cadre des services en ligne, mais elle ne propose aucune modification de la loi, laissant la problématique ouverte.

Occasion de redorer le blason d'une loi souvent décriée, la discussion de la proposition de modification de la loi Toubon a le mérite de mettre le doigt sur l'application parfois illusoire de la loi dans le domaine numérique. Le projet de réforme demeure d'ailleurs très discret, voire frileux, sur les aménagements dans ce domaine, préférant sans doute s'attacher à garder l'objectif de faciliter les échanges et non de les entraver. Tout comme la loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, cette proposition de dépoussiérage s'inscrit dans la volonté du législateur, non plus de sauvegarder la langue française, mais surtout de préserver la relation de confiance du consommateur. En marchant sur des œufs, le législateur n'ose pas apporter de solutions drastiques à des problématiques pourtant identifiées.

A. H.

26. *Cf.* article 20.

27. Question écrite de M. Jacques Godfrain, n° 30424 et réponse. *JOAN* du 16 mars 2004, p. 2041.